

Direct Economy

Eine Anleitung für die Zukunft

Deutsche Version (von Innovation Management)*

Dr. Xavier L. Comtesse, Mathematician, ThinkStudio

Creative Commons

* Full version (in french) at <http://www.thinkstudio.com>

Direct Economy

Eine Anleitung für die Zukunft

Das aktuelle Vordringen der Verbraucher hat für die meisten Wirtschaftssektoren dramatische Folgen. So hat Skype das alte Geschäftsmodell der Fernmeldebranche zerstört, i-Pod das der Musikbranche, Google (jetzt mit YouTube) das der Medienbranche. Die Stabilität der alten Modelle wird infrage gestellt, und viele kleine und grössere Unternehmen werden sich schnell an diese neuen Verhältnisse anpassen müssen. Das Phänomen ist es also wert, begriffen zu werden. Versuchen wir, uns Klarheit zu verschaffen.

Direct Economy

Erstens muss man richtig verstehen, dass diese sich herausbildende «Direct Economy» aus dem Impuls der Verbraucher hervorgeht, die immer aktiver werden und so das Gleichgewicht der Märkte verändern. Aus diesem Grund ist es völlig richtig, den Begriff Konsum-Akteur zu verwenden, um dieses Phänomen zu beschreiben. So hat IKEA den Transport über den letzten Kilometer und die Montage der Möbel an den Verbraucher «outsourct». Das Unternehmen hat de facto den Status des Verbrauchers verändert, indem es ihn in die Fertigungskette des Produkts und in gewisser Weise in die Wertschöpfungskette einbezogen hat. Indem IKEA uns in die Rolle des Spediteurs oder des Monteurs versetzte, hat es uns ins Spiel gebracht. Mit einer Sichtweise der Wirtschaft, die auf dem



▲ IKEA hat den Transport über den letzten Kilometer und die Montage der Möbel an den Verbraucher «outsourct».

In einer Welt, die sich auf Grund der Globalisierung der Märkte in Verbindung mit der Echtzeitkommunikation gerade im Umbruch befindet, unterliegen die Unternehmen einem dritten, noch stärkeren Druck, den das Erscheinen der Verbraucher in der Wertschöpfungskette symbolisiert.

Dr. Xavier L. Comtesse

Individuum basiert, hat IKEA die Vorstellung eingeführt, dass wir vor allem Personen sind, sodass sich gegebenenfalls jeder durch die Einrichtung seiner Wohnung abheben kann. Dieser Paradigmenwechsel hat tatsächlich mit dem Internet ein ausserordentlich mächtiges Vehikel gefunden: E-Banking, E-Learning, E-Verwaltung und E-Shopping sind im Begriff, uns gleichzeitig zu E-Bankern, E-Bürgern, E-Buchhändlern usw. zu machen.

So üben wir gleichzeitig mehrere Berufe aus, und dies ist erst der Anfang. Zweitens muss man auch bemerken, dass die Unternehmen, die diesen Bruch in der Wertschöpfungskette übernehmen, nicht nur im Begriff sind, ihren Konkurrenten Marktanteile abzunehmen, sondern dass sie ausserdem tendenziell die Spielregeln für uns alle verändern.

Beispiel Swissquote

Das Beispiel von Swissquote ist in dieser Hinsicht sehr aufschlussreich. Marc Bürki, CEO von Swissquote, definiert drei Phasen in der jüngsten Entwicklung seiner Bank: Empowerment, Monitoring und E-Wealth-Management.

Empowerment

Empowerment bedeutet, dass den Kunden ein effizientes System zur Verfügung gestellt wird, mit dem sie Kauf- und Verkaufsordern für Wertpapiere an

die Börsen der ganzen Welt geben können. Dieses System verfügt über unverzichtbare Hilfsmittel für die Information, wie strukturierte Informationen, zahlreiche «Charts», die beliebig zu handhaben sind, in Echtzeit sichtbare «Spreads» (Angebot und Nachfrage), die die Ausführung von eigenen Ordern mit sicherem Reporting und sicherer Verbuchung möglich machen.

Dieses «Empowerment» der Kunden bei ihren Transaktionen ist unbedingt notwendig, um Vertrauen und Kundenbindung zu schaffen. In der Tat haben Anfänger ein grosses psychologisches Problem damit, einen Knopf zu drücken und damit Aufträge über mehrere zehntausend Franken zu erteilen. Es geht also darum, sie durch einen fehlerlosen Service abzusichern. Auch wenn der Kunde über eine grosse Zahl von Hilfsmitteln verfügt, ist er bei den Aufträgen allein, befindet sich einer Schnittstelle gegenüber, die eine Maschine ist. Man hat ihm gleichzeitig das Handeln (Interaktivität) und die Kompetenz (Know-how) übertragen. Hier ist man an einem Schnittpunkt mit dem Prozess der Beherrschung der Zeit, der Know-hows und hat dabei noch ein Funktionsprinzip vom Typ der Selbstbedienung.

Monitoring

Monitoring ist eine Online-Methodologie, die neue Vergleichs- und Suchmöglichkeiten bietet. Monitoring bietet in diesem Sinne keine höhere Stufe von Interaktivität und/oder Wissen. Es handelt sich tatsächlich um eine Vertiefung der Risikomessung. Es ist jedoch interessant festzustellen, dass alle EDV-Tools, die für die Monitoring-Funktion entwickelt wurden, als ein Serviceangebot nach der Funktion des eigentlichen «Trading» erschienen sind. Alles geschieht so, als hätte Swissquote die Absicht gehabt, den Kunden ans Steuer zu lassen, und sich danach vorrangig damit beschäftigt, eine höher entwickelte Umgebung zu schaffen. Letztlich ist das eine Praxis, die auch in anderen Branchen üblich ist. Es ist richtig, dass ein Fahrzeugmodell des Jahres 1906 dieselben grundlegenden Funktionen aufweist wie ein Wagen aus dem Jahr 2006, aber die Unterschiede beim Entwicklungsstand sind geradezu enorm!

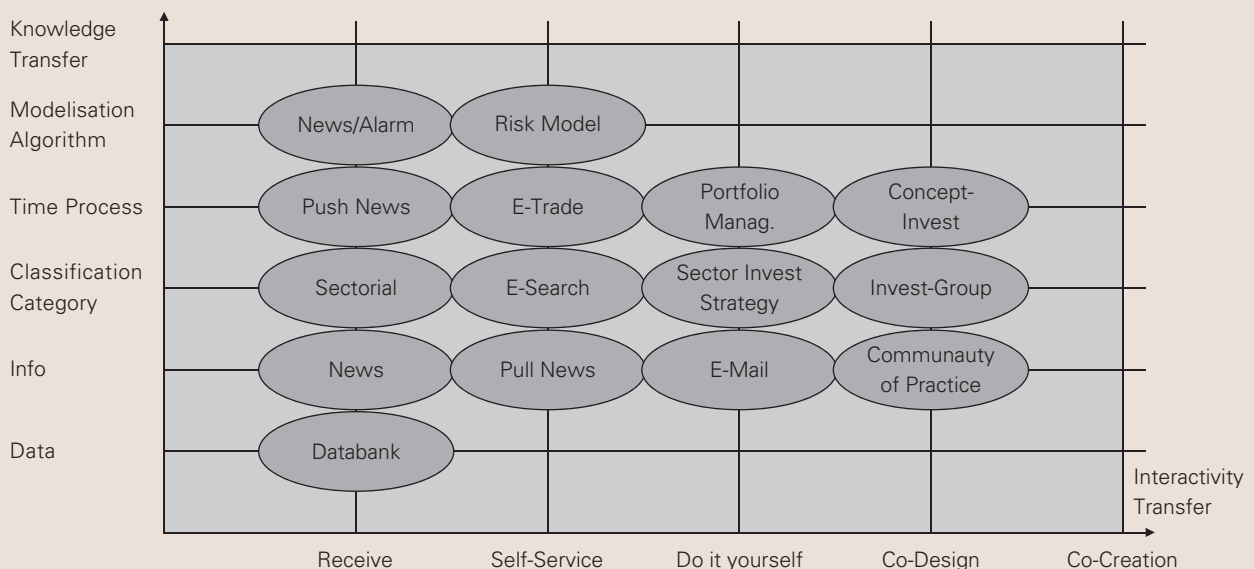
Die statistische Berechnung des Risikos war für Swissquote und ihre Kunden ein neuer Komfort, der heute unverzichtbar geworden ist. Man kann damit sein Portfolio und sein Risikoniveau besser kontrollieren und erhält gleichzeitig eine zu-

sätzliche Überlegung in der Anlagestrategie, die vom persönlichen Risikoprofil abhängt.

E-Wealth Management

E-Wealth Management: Diese Entwicklungsphase befindet sich noch im Aufbau. Die Funktionen sind noch nicht online verfügbar. Sie nimmt sich einer schwierigen Frage an, nämlich wie und in welchem Masse das System (die Algorithmen) den Kunden Investitionslösungen vorschlagen könnte. Das System könnte in näherer Zukunft über Standardportfolios, Anlageprofile, ausgefeilte Anlagegeschichten mit den Kunden in Dialog treten. Dieser Grad von Interaktivität und «Know-how» ist selbstverständlich ein neuer Schritt für die Bank. Er ist mit Risiken verbunden, birgt aber auch sehr interessante Möglichkeiten. Man stelle sich vor, dass sich der Kunde nun einer intelligenten Maschine gegenüberübersieht, die gleichzeitig in reale Datenbanken eintauchen und Situationen simulieren kann, die weit vorgehen. Der Weg zu dieser neuen Stufe ist nicht sehr weit. In gewissem Masse ist es nämlich das, was Amazon.com bereits bietet, wenn das System einem die Wahl anderer Käufer und das Ranking anzeigt, das für dieses oder jenes Buch vergeben

Direct Economy Matrix: Bank-Industrie



wurde. Die Verstärkung der Übertragung von Produktivität an den Kunden wird so in eine entscheidende Phase eintreten.

Unbegrenzt Potenzial

Die Online-Bank wird auch weiterhin Zuwachs haben, denn heute werden nur zwei Prozent der Transaktionen von den Kunden von Swissquote ausgeführt, und der Anteil der jungen Leute ist bei diesen Online-Transaktionen sehr gross. Das Potenzial ist also nach wie vor unbegrenzt. Wenn die Kunden erst damit begonnen haben, EDV-Tools der Übertragung von Kompetenzen zu nutzen, können sie schwerlich wieder einen Schritt zurückgehen.

Marc Bürki erzählt gern eine Anekdote, die sich wirklich zugetragen hat: Ein 27-jähriger Kunde, der mit Warrants, die er über die Finanzabteilung von Swissquote gekauft hat, einen Wertzuwachs von 800 000 Franken erzielt hat, beschliesst von einem Tag auf den anderen, sein Geld von einer traditionellen Privatbank verwalten zu lassen. Sie stellen sich vor, dass sie nunmehr zu einer Kundschaft gehören, die in einer anderen Liga spielt. Einige Wochen später kehrt er mit seinem Vermögen zu Swissquote zurück. Marc Bürki befragt ihn per Telefon, um die Gründe für seine Rückkehr zu erfahren. Er ist vollkommen überrascht, als der Kunde ihm gesteht, dass er mehrfach versucht habe, abends zwischen 21 und 22 Uhr mit der Privatbank Kontakt aufzunehmen und dass niemand geantwortet habe. Bei Swissquote ist der Telefonservice für die Hilfe bei Anlagen bis mindestens 22.15 Uhr, nach Schluss der wichtigsten Börsen der Welt somit, erreichbar.

Diese Forderungen nach Interaktivität nehmen ständig zu, Swissquote kommt ihren Kunden entgegen, indem sie sich unaufhörlich weiterentwickelt. Das ist ihre grösste Stärke.

Radikale Veränderung

Die aufmerksame Untersuchung dessen, was derzeit auf dem Sektor des E-


Banking geschieht, muss uns als Beispiel dienen, denn nichts, aber absolut nichts, würde es rechtfertigen, dass andere Wirtschaftssektoren diesem Trend nicht folgen. So ist das «Customer Empowerment» wirklich die neue Lage bei der Veränderung, die direkt auf die Lage des «König Kunde» folgt, die seit vielen Jahren besteht. Doch hier ist die Veränderung radikal, denn der Kunde ist von nun an Teil der Wertschöpfungskette.

Es mangelt nicht an Beispielen, um diese neue Wirklichkeit zu veranschaulichen. Unter vielen anderen wären Mobility.ch, Factory121.ch oder auch Nespresso zu nennen.

Darüber hinaus entsteht gerade ein ganz neuer Anwendungsbereich in dieser Direct Economy, und er dürfte der Skepsis der vergangenheitsbezogenen Unternehmer bezüglich dieses Phänomens des gegenwärtigen Umbruchs, das die Ko-Creation ist, ein Ende setzen. In der Tat wird die Erfahrung von Procter & Gamble mit dem Outsourcen von Innovation an gewöhnliche Leute das Modell für die Innovation schaffen, das im 21. Jahrhundert vorherrschen wird. Das Programm von P&G («connect & develop») ist absolut revolutionär, denn es nimmt Millionen von Erfindern in den Universitäten, in den Forschungszentren und auch Einzelpersonen in der ganzen Welt in Dienst.

Die Revolution hat begonnen

Zu diesem neuartigen Verhalten der Industrie gehört auch: Der Wettbewerb von l'Oréal in den Vereinigten Staaten, bei dem Tausende von jungen Mädchen aufgerufen wurden, die Werbung von morgen für l'Oréal zu erfinden. Auch in der Schweiz gibt es Unternehmer wie Hugo Van Buel an der Spitze von Claval SA in Lausanne, der an die Erfindungsgabe seiner Kunden appelliert.

Ja, die Revolution der Direct Economy hat begonnen, und nur die, die das ignorieren, werden dafür einen hohen Preis bezahlen. 

Aus dem Französischen übersetzt von www.24translate.ch.

Bei Swissquote ist der Telefonservice für die Hilfe bei Anlagen bis mindestens 22.15 Uhr, nach Schluss der wichtigsten Börsen der Welt somit, erreichbar.



Porträt

Der Autor wurde 1949 geboren, ist verheiratet und Vater dreier Söhne. Studium: Mathematikstudium und Doktor der Naturwissenschaften der Universität Genf. Er hat zehn Jahre im wissenschaftlichen Bereich gearbeitet, zehn Jahre in Start-ups und zehn Jahre in der Bundesverwaltung, davon die vergangenen sieben Jahre als wissenschaftlicher Diplomat in den Vereinigten Staaten. Er war der erste Wissenschaftliche Konsul der Schweiz in Boston, wo er das Swiss House gegründet hat. Seit Anfang 2002 ist er der Directeur Romand von Avenir Suisse, einem Think Tank für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung der Schweiz.

Kontakt

Dr. Xavier Laurent Comtesse

Directeur Romand von Avenir Suisse



Avenir Suisse
Rue des Gares 9
1201 Genève
Tel. 022 749 11 00
xavier.comtesse@avenir-suisse.ch
www.avenir-suisse.ch